

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Digital Marketing terhadap *Customer Experience* pada konsumen Tix Id. Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian hasil uji t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 dengan besar pengaruh 0,863 atau 86,3%
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Digital Marketing terhadap Minat Beli . Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian hasil uji t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 dengan besar pengaruh 0,269 atau 26,9%
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Customer Experience* terhadap Minat Beli pada Konsumen Tix Id . Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian hasil uji t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 dengan besar pengaruh 0,694 atau 69,4%.
4. *Customer Experience* dapat memediasi Digital Marketing terhadap Minat Beli dengan nilai 0,598 atau 59,8%. Ini menunjukkan bahwa kualitas dan reputasi produk dapat memperkuat pertimbangan konsumen untuk membeli tiket bioskop di aplikasi Tix Id

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Pemasaran melalui media sosial yang dilakukan Tix Id sudah baik akan lebih baik lagi bila di sesuaikan dengan keinginan konsumen
2. Penilaian konsumen mengenai Tix Id sangat bagus karena pengalaman membeli tiket bioskop jarak jauh tetapi akan lebih baik kualitas pelayanannya di tingkatkan lagi
3. Bagi peneliti selanjutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik kedepannya peneliti diharapkan untuk mendapatkan data yang lebih banyak dan lebih luas mencakup berbagai wilayah di Indonesia sesuai dengan wilayah yang telah dijangkau oleh aplikasi mobile Tix Id